

# 现代平面设计中的趣味性探究

朵兰

(内蒙古农业大学职业技术学院, 呼和浩特 014109)

**摘要:** **目的** 探究现代平面设计的趣味性表现。**方法** 从平面设计存在的缺点与不足入手, 解读趣味性在现代平面设计中的重要性, 并以此为基础, 从海报设计、标志设计、书籍装帧设计以及网页设计四方面分别列举实例, 论述趣味性的重要性及其具体表现方式。**结论** 丰富平面设计作品的趣味性, 能够有效吸引受众的注意, 达到传播信息的目的, 最大限度地实现设计作品的价值。

**关键词:** 平面设计; 趣味; 现状

**中图分类号:** J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)24-0248-04

## Interesting Inquiry in the Modern Graphic Design

DUO Lan

(Vocational and Technical College of Inner Mongolia Agricultural University, Huhehot 014109, China)

**ABSTRACT:** It aims to explore the interest performance of modern graphic design. From the perspective of the shortcomings and deficiencies in graphic design, the importance of reading interest in modern graphic design is interpreted. Based on it, from the poster design, logo design, book binding design, and web design four aspects respectively as an example, the importance of interest and its concrete expression are discussed. Rich graphic design works a lot of fun, can effectively attract the attention of the audience, reach the purpose of spreading information, maximize the value of design work.

**KEY WORDS:** Graphic design; interest; the status quo

进入 21 世纪, 由于技术的进步, 特别是信息化步伐加快, 新观念开始逐渐介入到人类的生存方式中, 使得受众的思维与情感的表达方式发生改变。作为当前比较热门的行业, 平面设计已经不知不觉地充斥在人们生活的每一个角落, 在获得更多发展机遇的同时, 也面临着诸多挑战<sup>[1]</sup>。如果一味因循守旧, 依赖旧有的设计模式, 那么必然会被社会淘汰。寻找合理化的视觉空间, 摒弃固有的符号现象, 向趣味化方向发展, 已经是必然趋势。

### 1 平面设计现状

作为传递信息的一门语言, 平面设计主要通过色彩、图形和文字等视觉元素来传达想象与计划, 使受众了解作品的创作意图<sup>[2]</sup>。在日常生活中, 只要稍微留心一些, 就可以发现平面设计充斥在生活的每一个角落。从这一方面看, 能否准确地抓住人的内心世界并且传递其背后的信息, 是判断平面设计作品好坏的重要标准。

收稿日期: 2016-08-10

作者简介: 朵兰 (1986—), 女, 辽宁人, 内蒙古农业大学职业技术学院助教, 主要从事广告设计方向和数字图案设计方面的研究。

### 1.1 过多模仿西方的设计风格

中国现代平面设计最大的弊病是没有自我。随着改革开放的深入，许多平面设计师没有及时、深入地探究与消化现代的平面设计风格，而在兴起的后现代主义的平面设计中又仓促投入阵营，加之西方现代主义也对其产生了不小的影响，导致国内的平面设计风格时常囿于现代主义和后现代主义设计风格的怪圈中，不仅行业混乱，而且没有鲜明、个性的设计风格，无法紧跟时代发展的步伐。

### 1.2 盲目依赖传统文化元素

在平面设计的发展过程中，很多设计师发现缺乏内涵与特色，这是中国现代平面设计落后的根源所在，因此，应逐渐将目光转移到中国的传统文化元素上。这样做，的确增强了平面设计作品的民族性，但深入探究便会发现：设计师并没有真正理解传统文化元素的内涵和寓意。在他们看来，只要有传统文化元素存在，平面设计作品就能够表现民族特色与文化差异，却忽略了很多的传统文化元素与现代人的审美观不相符，甚至有许多形象与图案不是这个时代的发展需求的事实。一味地盲目照搬，不仅不会凸显特色，而且还会使平面设计与初衷相背离，降低设计效果，使作品毫无个性可言，更不要说趣味性了。

## 2 趣味性在现代平面设计中的重要性

平面设计的最终目的是向人们传达信息，促成消费行为或浏览目的，因此，必须以人为核心，满足人们的日常消费需求，这种需求是行为的源动力，只有满足了这一点，才能更好地引发消费者的兴趣。随着物质生活水平的提升，人们的需求也在不断发生着变化，从现代消费特征来看人们的需求已经逐渐从以物质为中心转为情感为中心，其主要特征表现为对审美享受的重视，因此，平面设计师要想使平面设计作品得到更多受众的认可和喜爱，获得更好的发展，就必须深入调查、总结当前的现状与不足，大胆摒弃模仿与依赖，保持敏锐迅捷的设计思维，以形式美法则和匠心独运的创造意念，让作品与现代世界的设计模式接轨，凸显多元性与趣味性。只有这样，才能保持平面设计的国际化和多元化，使平面设计获得长远的发展。

## 3 现代平面设计中的趣味性表现

### 3.1 海报设计中的趣味性

海报是平面广告的一个鲜明代表，是一种比较直接的视觉艺术表现形式，它要求版面的构成必须能够在第一时间内吸引人们的目光，使其获得瞬间刺激，达到宣传、推销的目的。在当前这个信息高度发达的社会，人们的视觉每天都在被各种新事物冲击着，相比枯燥、说教式的海报，他们更希望看到新式的、充满趣味性的海报<sup>[3]</sup>，这就对海报设计师提出了更高的要求，如果没有创新与创意，那么其所设计的海报必然会淹没于海报的海洋中。其实，设计趣味性的海报并不难，设计师只要能够细心观察生活，善于总结和发现，对那些熟悉的事物进行趣味性的改造与创意，便能轻松实现。以汽车的海报设计为例，当前的市场上，汽车品牌众多，各色的广告、海报也让人应接不暇。要想在激烈的市场竞争中脱颖而出，必须通过独特的广告宣传彰显自身的品牌魅力与实际体验<sup>[4]</sup>，因此，很多汽车公司不惜花费重金聘请优秀的设计师进行创意设计，希望能够使自己的品牌得到更多受众的认可。其中，本田汽车公司的一则商业海报设计颇具匠心，独特的趣味性直达人们的内心，获得了预期的宣传效果。这则海报共两张，是一个系列。虽然是汽车广告，但是画面中却并没有汽车的造型，也没有出现汽车的部件，有的只是两张人脸。第一张人脸有着海狮的长长的牙齿，第二张人脸更是直接用猪鼻子替代了人的鼻子，两张人脸十分夸张、搞笑，这种荒诞的设计思路，人们乍一看不明就里，甚至会怀疑设计师的设计已经偏离了初衷，但笑过之后，人们就会领悟到这则海报所强调的是汽车原配零件的重要性，一旦零件搭配不当，极易出现海报中不协调的人脸那样的恐怖后果。从一定程度上说，这则海报的趣味性创意正是源于对生活的仔细观察和对寻常事物的改造，正因如此，整个海报给了人们耳目一新的感觉，让人印象深刻，同时也达到了很好的宣传效果。

### 3.2 标志设计中的趣味性

作为一种具有象征意义的符号，标志是人类社会长期生活与实践中进行非语言传达的理想媒介，其独具的世界性和流通性，远比语言、文字的信息量大<sup>[5]</sup>。标志的最初出现，只是一些简单、随意的

图形,在不断的不断发展过程中,标志的形式逐渐多元化,更实现了对二维空间的突破,开始向多维化空间发展,出现了许多形式特别、趣味十足的创新标志设计。

首先,抽象的标志图形主要通过对形状和颜色的概括归纳,以主观方式来表达,这样的标志图形一般比较简洁,只是在经过设计者的想象和加工后,在形态上一般与实物存在较大差异,虽然如此,但更凸显了思维表现性。近年来,越来越多的以动物形象为题材的抽象化标志图形开始出现,如将鸟的嘴巴、身体、翅膀等形象特点加以提炼结合,通过抽象化、图形同构等不直接描摹构成夸张可爱的趣味性标志图形。例如茶马古道餐厅的标志设计,茶马古道起源于古代的“茶马互市”,这是我国西部历史上汉藏民族间一种传统的以茶换马或以马换茶为内容的贸易往来。茶马贸易的繁荣造就了茶马古道这条传播的路径。提起这条古道,不免会让人产生一种沧桑、古朴的感觉,作为一个餐厅品牌,必须突破这种沉闷,以更加轻松的方式彰显餐厅的文化特色,因此在设计标志时,设计师以“马”这一代表性标志为切入点,将马蹄与“古”字的部首进行了替换,把文字图像化,既有很强的识别性,又不会显得沉闷。

其次,具象化的标志图形常常是丰富多彩又高度凝缩了的基本形象的再现,是综合了生活中无数单一表象以后,经过设计师的思维加工和艺术化后形成的。在这样的标志设计中,苹果品牌的标志设计最具代表性,让人咬掉一大口的苹果极具幽默性。正是因为苹果公司将标志视为一种娱乐、一种平常家庭不可缺少的精神食粮,因此,它的标志借鉴了具象的苹果图形,很有亲和力,同时,一系列的不同色彩、不同质感的苹果标志又进一步增强了产品的识别性,为苹果成功占领市场起到了重要的作用。

### 3.3 书籍装帧设计的趣味性

任何设计都需要一个好的创意,如果不求突破、不去创新,很快将失去竞争力、被社会淘汰,这一点在书籍装帧设计中体现得尤为明显。以儿童书籍的设计为例,由于国内儿童书籍出版行业缺乏必要的调研和认识,对儿童的心理、生理情况和需求不够了解,常常出现判断偏差的现象,从而使得当前的儿童书籍设计过于刻板,毫无童趣可言<sup>[6]</sup>。加之家长在为儿童选择书籍时缺乏经验,常被市场的供求关系左右,盲目选择那些宣传大、销售高的图书,

忽略了这样的书籍是否符合儿童的心理需求,这样的情况同样降低了儿童的阅读兴趣。鉴于此,在当前的儿童书籍装帧设计中,设计师必须将趣味性作为创意的出发点,以符合儿童心理、生理需要的形式为准绳,培养儿童的想象和创造的能力,陶冶性情,提升阅读兴趣<sup>[7]</sup>。比如《请帮老虎拔牙》是浙江少年儿童出版社出版的一本儿童读物,整本书以各色棉布手工制成,既不易破损,又有着良好的触感。不止于此,该书还被设计师设计成了手套的造型,儿童可以轻松将书套在手上进行阅读。随着书页的翻动,封面的老虎嘴巴一张一合,形象十分生动活泼<sup>[8]</sup>,这样的书籍装帧设计不仅降低了破碎率,而且显得更加生动、形象,深受儿童喜爱。

### 3.4 网页设计中的趣味性

色彩醒目而抓人是任何网站设计的第一要义和最基本需求,且同一色彩也会因明度、纯度等的不同而呈现不同的视觉形态和心理感受,因此在网页设计中,巧妙利用色彩可以辅助表达主题、增强趣味性。粉红在所有文化圈中都有甜蜜、温情、柔和的意义。Dear Mum 是一个专为母亲节设计的互动趣味网站,网站结构和创意均很简单,其允许浏览者在主页输入本人及母亲姓名、浏览者出生日期,以及一张母亲的照片,而后网站自动生成一篇子女献给母亲的情书,其中记录了子女学说话、走路、入学、成家等个人成长的全部过程,凸显了母亲为子女辛劳的无私与伟大<sup>[9]</sup>,这个网站在进行设计时,就将粉红色作为背景色,处处洋溢着甜蜜、温柔的气息,让浏览者可以通过简易的鼠标滚动,经历一段幸福的粉红色回忆,极具趣味性。

## 4 结语

总之,趣味性在整个平面设计中具有很重要的作用,是一种视觉上的感觉在心理上的反应状态<sup>[10]</sup>。在平面设计中,设计师要想使作品呈现出一种有意味、有意思、反常态,能引人入胜的特性,必须经历由认知到重视、由感性到理性、由注重商业竞争再到强调深层文化表现的转变,寻找合理化的视觉空间。只有这样,才能丰富自己的储备,提升创造能力,为作品增添趣味性。

### 参考文献:

- [1] 王绍强. 设计形式[M]. 广州: 岭南美术出版社, 2002.

- WANG Shao-qiang. Form Design[M]. Guangzhou: Lingnan Art Publishing House, 2002.
- [2] 刘花弟. “趣味性”在平面设计中的表现[J]. 装饰, 2007(1): 55—56.
- LIU Hua-di. The Appearance of "Fun" in Graphic Design[J]. Zhuangshi, 2007(1): 55—56.
- [3] 钱金英. 论海报设计中的趣味性[J]. 青年文学家, 2011(10): 41—42.
- QIAN Jin-ying. Interesting in Poster Design[J]. Journal of Youth, 2011(10): 41—42.
- [4] 解俊. 浅析招贴设计中趣味性的魅力[J]. 科技咨询导报, 2007(1): 16—17.
- XIE Jun. Analyses the Charm of Interest in a Poster Design[J]. Science and Technology Advisory Review, 2007(1): 16—17.
- [5] 段丹. 关于图形创意教学的几点思考[J]. 赤峰学院学报, 2014(16): 87—88.
- DUAN Dan. On the Teaching of Graphically Creative Thinking Time[J]. Journal of Chifeng Institute, 2014(16): 87—88.
- [6] 张硕, 邸小松. 谈儿童书籍装帧设计的趣味性[J]. 现代装饰, 2012(5): 28—29.
- ZHANG Shuo, DI Xiao-song. Talk about Children's Book Binding Design Interesting[J]. Modern Decoration, 2012(5): 28—29.
- [7] 卢宁宁. 儿童书籍设计趣味性研究[J]. 艺术与设计, 2009(4): 64—65.
- LU Ning-ning. Children's Books Design Interesting Study[J]. Journal of Art and Design, 2009(4): 64—65.
- [8] 张婷婷. 现代包装设计趣味性研究[J]. 美术大观, 2009(2): 75—76.
- ZHANG Ting-ting. Interesting Research[J]. Journal of Modern Packaging Design Art, 2009(2): 75—76.
- [9] 华伟, 孙凌. 平面设计中“趣味性”的表现[J]. 河北职业技术学院学报, 2007(4): 69—70.
- HUA Wei, SUN Ling. "fun" in the Plane Design Performance[J]. Journal of Hebei Vocational and Technical College, 2007(4): 69—70.
- [10] 赵璐. 开发具有亲和力、趣味性的设计[J]. 美术大观, 2006(1): 85—86.
- ZHAO Lu. Development Has the Affinity, the Interesting Design[J]. Journal of Fine Arts, 2006(1): 85—86.